

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. NASMOCO BENGAWAN MOTOR DENGAN METODE *SERVQUAL*



**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Diajukan Oleh:

ERVIN YULIANTO KUSUMA PUTRA

D600120065

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. NASMOCO BENGAWAN MOTOR DENGAN METODE *SERVQUAL*

Tugas Akhir Ini Telah Diterima dan Disahkan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam
Menyelesaikan Studi S-1 Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Jurusan Teknik
Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta

Hari/Tanggal : Selasa / 24 - 01 - 2017
Jam : 10.00

Disusun Oleh :

Nama : Ervin Yulianto Kusuma Putra
NIM : D 600 120 065
Jur/Fak : Teknik Industri/Teknik

Mengesahkan,

Dosen Pembimbing



(Indah Pratiwi, ST,MT)

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. NASMOCO BENGAWAN MOTOR DENGAN METODE SERVQUAL** diuji dan dipertahankan dihadapan Dewan penguji Tugas Akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta

Hari/Tanggal : Selasa / 24 - 01 - 2017

Jam : 10.00 WIB

Menyetujui:

Tim Penguji

1. Indah Pratiwi, ST, MT

(Ketua)

2. Ir. Muchlison Anis, MT

(Anggota)

3. Ir. Etika Muslimah, MM, MT

(Anggota)

Tanda Tangan, -



Mengetahui:

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Jurusan Teknik Industri



(Ir. Sri Sunarjo, MT, Ph.D)



(Eko Setiawan, ST, Mt, Ph.D)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan Tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta, 29-01-2017

Yang Menyatakan:



(Ervin Yulianto K. P)

MOTTO

“Rawe-rawe rantas malang-malang putung nyambut gawe engkang
pantas dumugi dadi wong beruntung”

(Penulis)

“Janganlah jadi orang yang sempurna jadilah orang yang beruntung
didalam segala hal”

(Anto)

“Menyerang adalah pertahanan yang terbaik”

(Bp Sartono Anwar)

“Memberontak atau menyerah”

(Putra)

PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini, Penulis Persembahkan Kepada:

1. Bapak, Almh Ibu dan Adeku yang selalu memberikan nasehat, semangat serta doa.
2. Saudaraku semua yang tidak bisa saya sebutkan satu per-satu yang telah memberikan dukungan moril dan material yang tidak dapat ditotal habisnya.
3. Teman dan sahabat Teknik Industri Angkatan 2012.
4. Pembaca yang baik hati.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis diberikan kemudahan dalam penyelesaian penyusunan Tugas Akhir ini dengan judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Nasmoco Bengawan Motor dengan Metode *Servqual*” Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Jurusan Teknik Industri Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dari pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Ir. Sri Sarjono, MT, Ph.D selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Eko Setiawan, ST, MT, Ph.D sebagai Ketua Jurusan Teknik Industri UMS.
3. Ibu Indah Pratiwi ST. MT selaku pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, masukan, motivasi dan arahan kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Selaku penguji yang telah memberikan masukan untuk perbaikan penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Orang tuaku Bapak Joni SW dan Ibu Almh Siti M tersayang yang selalu memberikan dukungan berupa spiritual maupun material.
6. Adeku dan Bude-budeku yang telah memberikan segala dukungan dan doanya demi terselesaikannya Tugas Akhir

7. Wahyu, Bahtiar, Deni, Burhan selaku teman yang memberi bantuan semangat dukungan moral dan material demi terselesaikannya Tugas Akhir ini.
8. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2012 Jurusan Teknik Industri Muhammadiyah.

Dalam penyusunan laporan, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharap adanya saran dan kritik yang dapat membantu sehingga dapat menyempurnakan penyusunan Tugas Akhir ini dari pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr.WB

Surakarta, 2017



Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 BatasanMasalah	4
1.6 Sistematika Penulisan	4

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kepuasan Konsumen	6
2.2 Definisi Konsumen dan Perilaku Konsumen.....	7
2.3 Prespektif Riset Perilaku Konsumen	8
2.4 Proses Keputusan Konsumen	9
2.5 Sikap Konsumen dan Kepercayaan	10
2.6 Ekspektasi Konsumen.....	12
2.7 <i>Perceived Performance</i>	13
2.8 Teori Kepuasan	13

2.9	Model Kepuasan Konsumen.....	15
2.10	Pengukuran Kepuasan Konsumen	17
2.11	<i>ServQual</i> (Kualitas Pelayanan), Kelahiran <i>ServQual</i> , dan Pengukuran <i>ServQual</i>	20
2.11.1	Kelahiran <i>SERVQUAL</i>	21
2.11.2	Pengukuran <i>SERVQUAL</i>	23
2.12	Strategi Kepuasan Konsumen.....	26
2.13	Penelitian Terdahulu.....	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	29
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
3.2.1	Pengukuran Variabel	31
3.3	Teknik Pengambilan Data.....	31
3.3.1	Pengambilan Sampel	32
3.3.2	Jenis Data	33
3.4	Metode Pengolahan	34
3.4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	34
3.4.2	Uji Asumsi Klasik	35
3.4.3	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	36
3.4.4	Uji Signifikansi Parsial (Uji T)	37
3.4.5	Koefisien Determasi (R^2)	37
3.5	Kerangka Pemecah Masalah.....	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Pengumpulan Data.....	40
4.1.1	Karakteristik Responden	40
4.2	Pengolahan Data	42
4.2.1	Uji Validitas	42
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	44
4.2.3	<i>Service Quality Gap 5</i>	44
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	53

4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.3 Analisis Hasil Pengolahan	58
4.3.1 Analisis Variabel Penelitian	59
4.3.2 Analisis <i>Gap</i> per Variabel	60
4.3.3 Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan	62

BAB V PENUTUP

4.4 Kesimpulan	65
4.5 Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Keterkaitan Antara Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen ...	7
Tabel 2.2 Tabel dimensi Kualitas Pelayanan dan Produk.....	15
Tabel 2.3 Alternatif Pengukuran <i>Derived Satisfaction</i>	19
Tabel 2.4 Dimensi dan Atribut Model <i>SERVQUAL</i>	25
Tabel 2.5 Perbedaan Strategi Pangsa Pasar dan Strategi Kepuasan Konsumen ...	27
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Responden	41
Tabel 4.3 Karakteristik Domisili Asal Responden.....	41
Tabel 4.4 Karakteristik Presentase Penghasilan Responden.....	42
Tabel 4.5 Uji Validitas Kenyataan dan Harapan.....	43
Tabel 4.6 Koefisien Reliabilitas	44
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Responden	45
Tabel 4.8 Perhitungan Pembobotan, Rata-rata dan nilai <i>Gap</i>	49
Tabel 4.9 Nilai <i>gap</i> berdasarkan 5 Dimensi <i>Servqual</i>	52
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas.....	54
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4.13 Uji Serempak (Uji F).....	55
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
Tabel 4.15 Uji Statistik (Uji t)	56
Tabel 4.16 Uji Regresi Linier Berganda tanpa Penambahan	57
Tabel 4.17 Uji Regresi Linier Berganda setelah Penambahan.....	58
Tabel 4.18 Variabel Penelitian berdasarkan 5 Dimensi <i>ServQual</i>	59
Tabel 4.19 Urutan <i>Gap</i> tiap Variabel.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Ekspektasi Konsumen	12
Gambar 2.2 Paradigma Diskonfirmasi	14
Gambar 2.3 Model Diskonfirmasi Harapan dari Kepuasan dan Ketidakpuasan ..	17
Gambar 2.4 Model Konseptual <i>ServQual</i>	22
Gambar 2.5 Strategi Bisnis Perusahaan	26
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	39

Abstrak

PT. Nasmoco Bengawan Motor sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang otomotif maka begitu pentingnya menaikkan profitabilitas dengan menjaga kualitas. Suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan hasil output, jasa, pekerja, proses dan lingkungan untuk melebihi harapan maupun dengan kenyataan merupakan kualitas yang perlu diberikan untuk menjadikan perusahaan yang lebih baik dari sebelumnya, maka perbaikan kualitas menjadi hal yang harus ditekankan karena dengan adanya kualitas itu sendiri akan memberikan dampak positif dari perusahaan. Kepuasan konsumen menjadi contoh sebuah perusahaan mawas diri untuk mengerti kondisi dimana konsumen telah diperhatikan dalam penyampaian rasa kepuasan. Dengan menggunakan *service quality* (Gap analisis) diketahui terdapat 5 dimensi yang mana terdapat kesenjangan/ *gap* dari kenyataan dan harapan yang dirasakan oleh konsumen dimensi tersebut adalah -0,558 (keandalan), -0,533 (jaminan), -0,510 (daya tanggap), -0,497 (bukti fisik), dan yang terakhir -0,496 (empati). Untuk mengetahui lebih lanjut apakah faktor-faktor pelayanan itu berpengaruh atau tidak pada kepuasan konsumen maka dilakukan uji lebih lanjut yaitu menggunakan bantuan program SPSS 16.00 diketahui persamaan regresi bukti fisik (0,644) dengan signifikansi 0,00 (bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan), keandalan (0,445) dengan signifikansi 0,001 (keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen), daya tanggap (-0,239) dengan signifikansi 0,121 (daya tanggap tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen), jaminan (0,445) dengan signifikansi 0,004 (jaminan berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen), dan empati (-0,058) dengan signifikansi 0,060 (empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen). Dari persamaan regresi secara bersama-sama diketahui nilai kepuasan -1,779, jika bukti fisik 1 maka kepuasan akan bertambah -1,135, jika keandalan bertambah 1 maka kepuasan akan bertambah -1,334, jika daya tanggap bertambah 1 maka kepuasan akan bertambah -2,018, jika jaminan bertambah 1 maka kepuasan bertambah -1,325, empati bertambah 1 maka kepuasan bertambah -1,721. Jika variabel pelayanan ditambah secara bersama-sama nilai kepuasan akan berubah menjadi -0,417

Kata kunci : Kualitas, Kepuasan konsumen, Pengaruh

Abstract

PT. Nasmoco Bengawan Motor as a company engaged in the automotive field it is so important to raise profitability by maintaining the quality. A dynamic condition which affects the output results, services, labor, environmental and process to exceed expectations and with *kenyataan* are qualities that need to be

given to make the company better than ever, the quality improvement into things that must be emphasized because with the quality itself will have a positive impact on the company. Consumer satisfaction is an example of a company introspective to understand the conditions in which the consumer has to be considered in the delivery of a sense of satisfaction. By using the service quality (Gap analysis) finds that there are five dimensions that where there is a gap / gap of reality and expectations are perceived by consumers that dimension is -0.558 (reliability), -0.533 (guarantee), -0.510 (responsiveness), -0.497 (physical evidence), and the last -0.496 (empathy). To find out more about whether the factors that affect service or customer satisfaction then do further testing is using SPSS 16:00 known physical evidence of regression equation (0.644) with significantly 0,00 (physical evidence of a significant effect on satisfaction), reliability (0.445) with a significance of 0.001 (significant effect on the reliability of consumer satisfaction), responsiveness (-0.239) with a significance of 0.121 (responsiveness has no effect on customer satisfaction), assurance (0.445) with a significance of 0.004 (guarantee very significant influence on consumer satisfaction) , and empathy (-0.058) with a significance of 0.060 (empathy affects customer satisfaction. From the regression equation together known value of -1.779 satisfaction, if the first physical evidence that satisfaction will increase -1.135, if the reliability increases first then satisfaction will increase -1.334, if responsiveness increases first then satisfaction will increase -2.018, if the guarantee increases first then increasing satisfaction -1.325, empathy increases first then increased satisfaction -1.721. If the variable service coupled together satisfaction scores will be changed to -0.417

Keywords: QUALITY, CUSTOMER satisfaction, Influence